

浅谈如何提升电力营销稽查工作质效

王京晶

国网北京市电力公司亦庄供电公司

摘要：电力责任事故的查处、检查营销工作开展、保障我国电力政策落实等皆属于电力企业管理范畴，由此可以看出，电力企业牵涉范围较为广泛。基于此，要想通过电力营销稽查提高电力营销效率，就要求工作人员将不断完善与优化电力营销体系放在首要位置。营销稽查作为一个针对企业内部营销活动的审核和评估工具，近年来越来越受到各行各业的重视。在竞争激烈的市场环境下，确保企业营销策略的合规性、有效性和高效性是企业所追求的目标。营销稽查作为确保企业营销活动合规性、有效性和高效性的关键工具，涵盖了多个核心要素。合规性检查是稽查的基础，确保所有营销活动均符合相关法律法规和行业标准，从而避免潜在的法律风险和罚款。营销稽查能够系统地检查和评估企业营销策略的执行情况，确定存在的风险或不足，并提供改进的建议。其重要性不仅体现在对当前策略的优化，更关键的是在于帮助企业预测市场变化，避免潜在的风险，从而保持竞争优势。

关键词：电力；营销；稽查；分析

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2022.08.223

引言

随着电力行业的快速发展，营销风险随之升高，对于高效和准确的风险管理需求日趋明显。此外，随着消费者权益保护意识的增强和市场法规的不断完善，合规营销已成为企业长期稳健发展的基石，而营销稽查则作为一种保障机制，确保企业在快速变化的市场环境中始终保持合规状态。因此，对于电力行业这样一个重要且复杂的行业，营销稽查无疑是保障其稳健、持续发展的关键一环。因此深入探讨了营销稽查在电力营销风险管理中的核心地位。而质量评估关注营销活动的内容和执行质量，例如广告内容的准确性、推广活动的合理性等，旨在确保企业形象的正面传播并提高消费者满意度。再者，风险识别是预测和减少未来潜在问题的关键，它涉及对市场趋势、消费者行为以及竞争对手策略的深入分析，为企业提供前瞻性的指导。此外，成本效益分析也是不可或缺的部分，确保每一笔营销投入都能带来预期的回报，实现资源的最优配置。同时稽查中还应包含反馈与改进机制，即基于稽查结果，持续优化营销策略，确保企业在不断变化的市场环境中始终保持领先地位。

一、分析电力营销稽查的内容

（一）分析内部监督管理

内部监督管理简单一点来说就是电力营销单位通过合理以及有效的方法，对电力营销不同环节工作作出合理的人员分配，之后采用科学化的方式开展营销工作管理，对于这种分工模式而言，在电力营销工作中起到

一定积极作用，并且能使每位工作人员都能得到良好发展，提高各个环节的工作效率。另外，在这种紧凑型工作模式中，还能减少企业出现不必要的人力、财力浪费。站在企业管理者角度来说，要对工作人员自身综合素质在电力营销中起到了重要作用有一个清晰、明确的认知，切实提高培养工作人员综合素质重视力度，以确保员工除了具备扎实专业知识外，还能在实际工作中取得更好的营销成绩。

（二）分析外部检查行为

外部检查和内部监督的区别在于对不同用户的用电情况进行全面性的检查，在现如今的发展过程中，我国不管是科学技术水平，或者是经济发展都是取得了很大的成绩，但是还有很对违规用电的情况出现，在这个情况下如何才能对我国用电设备进行保护以及促进用电更具规范化以及安全用电就成为相关工作人员需要解决的问题。从内部用电行为分析，工作人员可利用稽查行为实现上述问题的解决和保障；而外部稽查行为，大都是以企业、居民用电为主，一般情况下都是以电表安全管理、对输电线路检查监督方式，完成稽查工作。这些稽查工作的开展，不仅能有效避免出现电力系统违法用电行为，还能推动电力营销系统向更为优质发展方向的迈进。

二、分析我国电力营销稽查的现状

（一）分析管理制度的问题

结合现今的电力营销工作而言，由于自身在市场覆盖面相对较为广泛，并且也存在着一个持续增长的趋

势发展。但电力营销稽查工作现有的管理制度已经无法满足日渐增长的营销规模，导致出现管理机制不足、市场监管力度低下的问题出现，另外，在电力企业内部管理中，也并未制定出一套相对健全的监管制度。

（二）分析稽查人员能力问题

在我国电力营销中，存在稽查人员身兼数职和综合能力比较低的情况，根据稽查人员角度来分析，要做到电力生产中不仅能够对每个环节工作进行合理的掌握，还要对用电、电价电费、用电安全检查等知识有一个全面了解和熟练掌握，这样才能在日常工作中，对日渐多样化、隐藏较深的违规用电方式做到全面检查。为此，就对电力营销稽查人员提出具备扎实理论基础、专业技术过硬、综合素质较高的要求。

（三）分析营销稽查定位存在偏差

虽然我国电力营销稽查工作在多年前便开始实施，但是截至到现如今为止，稽查人员依然是没有对自身工作有一个较为精准定位，并且在自身工作职能认识方面存有一定偏差。当前，大部分电力营销稽查人员将工作重点放在怎样预防漏电、预防盗窃用电的问题上，而忽视电力营销市场规范性以及企业向正规方向的发展。这些状况的出现，都会对电力营销市场前进的脚步造成一定困难和阻碍。

三、分析提升电力营销稽查工作质效措施

（一）建立起全面的营销稽查制度

要想使得电力营销稽查工作能在具备较高规范性前提下开展进行，就要制定与实际相符的电力营销稽查制度，对工作人员稽查工作约束和引导。在实际电力营销稽查管理工作中，电力企业要对传统管理制度展开全面分析，并在此基础上实现改革与完善，从而制定出与当前电力营销稽查工作模式相吻合的新制度、新规定。一是全面的营销稽查制度要明确其监督范围和权责。在电力行业发展的过程中，这就是意味着稽查制度不仅仅是需要涵盖电价和合同履行以及广告、宣传活动等一些传统的营销方式，与此同时也是需要包括新能源服务和分时计价、智能电网服务等一些新兴的营销领域中，同时稽查制度也是需要明确稽查人员自身的权责和职责，保证其在稽查的过程中，不仅能得到企业的支持，也能够独立的行使权利，避免出现利益方面的冲突。二是营销稽查制度需要建立一套完善的流程和标准。这包括如何

选择稽查对象、如何进行稽查、如何处理稽查结果等。例如，电力企业可以根据营销活动的规模、影响范围、涉及的风险等因素，设定不同的稽查频率和深度。对于高风险的营销活动，如大额合同或重大推广活动，企业应进行定期、深入的稽查，确保其完全符合企业和国家的相关规定。再者，电力企业还需要建立一个有效的信息反馈和处理机制。当稽查人员在稽查过程中发现问题时，他们不仅要及时通报企业管理层，还要确保问题得到及时、有效地解决。这可能需要企业设置专门的营销稽查部门，负责协调、处理稽查过程中的各种问题，确保企业的营销活动始终在正确的轨道上进行。三是全面的营销稽查制度还要建立一个持续的培训和更新机制。随着电力市场的变化和技术的进步，稽查的内容和方式也需要不断调整。与此同时企业也要定期组织稽查人员参与到培训之中，积极更新自身的专业知识和技能，使其能够应对全新的营销挑战。

（二）提高营销人员的培训和教育

对于电力行业而言，存在着特殊性，也直接的决定了营销人员需要掌握一些专业知识内容，不仅要对电力方面的基本知识进行掌握，例如发电和输电以及配电等等，也要对新能源技术和电网升级以及峰谷电价等方面内容进行了解，这样就需要企业组织相应培训，例如通过邀请专家进行授课，组织进行实际考察等，这样能够更好的保证营销人员在和客户进行沟通的过程中准确的传递电力技术方面的最新进展。一是随着电力市场的开放和竞争加剧，营销人员需要具备更加出色的沟通、谈判和市场分析能力。这意味着企业需要对营销人员进行软技能的培训，如公关策略、谈判技巧、市场研究方法等。此外，随着数字化和互联网技术的发展，线上营销、大数据分析等也成为营销人员不可或缺的技能。企业应定期组织这些技能的培训，确保营销人员能够有效地应对各种市场挑战。同时电力行业的法规、政策和标准在不断更新，营销人员必须及时了解并掌握这些变化。企业应设置特定的法律法规培训课程，使营销人员在与客户沟通、签订合同时能够确保合规性。此外，企业还应强化职业伦理的教育，确保营销人员在市场竞争中始终坚持诚信原则，维护企业和客户的利益。二是电力行业正处于快速变革的时期，新技术、新模式不断涌现，营销人员需要具备持续学习的能力。企业应鼓励营

销人员参与各种行业研讨会、学术交流活动中，与同行交流，了解最新的行业动态。同时，企业还应设立奖励机制，鼓励营销人员进行自我提升，如参与专业资格认证、攻读学位等，这样能够更好的应对电力稽查方面的工作，为电力企业的不断发展和进步提供出相应的保障，因此在实际工作开展的过程中，必须要引起足够的重视。

（三）结合技术方式合理的进行稽查

一是数字化以及大数据技术的不断发展和崛起，也为我国电力行业的营销稽查工作提供出较为强大的数据支持，传统的稽查方法通常情况下是依赖于人工进行收集和整理以及数据的分析，这种情况不仅耗时，也容易出现比较多的错误，然而现如今通过智能化数据采集系统，电力企业能够实时、自动地收集到各种营销数据，如用电量、电价、服务质量等。这些数据经过大数据分析后，能够为稽查人员提供直观、全面的市场概况，帮助他们迅速定位潜在的问题和风险。二是人工智能的应用也正在为电力行业的营销稽查带来革命性的变化。例如，通过训练机器学习模型，电力企业可以自动识别异常的电力消费模式，如用电量突然增加、电价异常波动等。这不仅能及时发现潜在的技术问题，还可以帮助稽查人员定位可能的违规行为，如非法用电、电价串通等。同时，物联网技术的广泛应用为电力行业的营销稽查提供了更直接、实时的监控手段。通过安装各种传感器和通信设备，电力企业可以远程监控电网的运行状态，实时收集和传输数据。当出现异常情况时，如电力损耗过大、电压不稳等，系统可以自动发出预警，帮助稽查人员迅速定位问题，及时采取措施。三是电子化以及移动技术的快速发展，也为电力行业的营销稽查工作提供出了较多的便利，现如今稽查工作人员可以通过移动设备随时随地的访问电力市场的数据和信息内容，从而进行远程稽查以及审核工作，并且通过电子签名和电子合同等技术，电力企业能够更好的保证营销活动的合规性以及透明程度，减少认为操作带来的干扰。

总结

总而言之，从电力营销风险的来源到电力企业风险管理体系的构建，详细分析了每个环节的关键要点和挑战。营销稽查在电力企业营销工作中具有不可或缺的地位。营销稽查随着电力企业不断发展，还会将新的业务

全面纳入营销稽查工作中，不断完善更新营销稽查管理思路和重点内容，重构营销稽查管理体系，才能从根本上解决营销稽查工作的问题；持续推进稽查向数字化稽查转型升级，完善数据支撑全面实现营销业务全流程、全环节监督检查，提升稽查工作效率和工作质量；其中，技术在优化稽查过程、提高风险识别与评估的准确性，以及强化风险控制措施中的应用，为电力企业提供了巨大的价值。同时，全面的稽查制度和针对营销人员的培训与教育也被认为是确保电力市场健康运行的重要因素。随着技术的不断进步和市场的快速变化，电力企业需要更加注重营销稽查的战略地位，整合各种资源，确保持续、稳定、安全地为社会提供电力服务。

参考文献

- [1] 郭亚琪, 陈泓宇, 暴海峰等. 新时期推进营销全业务数字化稽查监控体系[J]. 中国新通信, 2023, 25(12): 33-35.
 - [2] 王林信. 电力营销稽查系统风险管控方法研究[J]. 信息技术, 2023, 47(02): 112-116+122.
 - [3] 李彬. 电力稽查工作在电力营销管理中的应用研究[J]. 中国管理信息化, 2022, 25(24): 99-101.
 - [4] 赵波, 王庆伟. 大数据与电力营销稽查预警体系分析[J]. 集成电路应用, 2022, 39(12): 270-271.
 - [5] 王庆伟, 赵波. 电力营销数字化稽查监控体系分析[J]. 集成电路应用, 2022, 39(11): 326-327.
 - [6] 楼霞薇. 电力营销业务风险防控知识图谱的构建与应用[J]. 农电管理, 2022, (10): 41-43.
 - [7] 任勇. 电力营销稽查对提高电力营销效率的影响[J]. 电子技术, 2022, 51(08): 280-281.
 - [8] 蒋世界. 工业用电检查与供电营销稽查探析[J]. 现代工业经济和信息化, 2022, 12(06): 207-208.
 - [9] 张军, 夏成林, 赵汝印. 营销稽查工作体系建设的探索实践[J]. 中国电力企业管理, 2022, (17): 40-41.
 - [10] 张海鹏, 夏成林, 赵汝印. 电力营销稽查工作体系建设[J]. 农村电工, 2022, 30(06): 12-13.
- 作者简介: 王京晶, 出生年, 1980年3月, 性别, 女, 籍贯, 河北高阳学历, 大学本科, 职务, 优质服务与渠道运营管理, 职称, 工程师, 主要研究方向, 电力服务优质开展及服务渠道拓展运营等。